ABSTRAK

Skipsi ini membahas tentang faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Pengguna Jasa First Internet di Surabaya. Yang meliputi faktor – faktor : Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards dan faktor – faktor ini diteliti untuk mendapatkan faktor mana yang dominan didalam mempengaruhi Keputusan Konsumen Pengguna Jasa First Internet di Surabaya.

Teori relevan yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah Pemasaran, Bauran Pemasaran, Jasa dan Manajemen Pemasaran Jasa, Perilaku Konsumen, Pelanggan, Pesaing, Faktor sosial, Peran dan Status, Lingkungan Ekonomi. Hipotesis pertama yang pakai adalah diduga, faktor – faktor seperti : Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards berpengaruh terhadap keputusan konsumen pengguna jasa First Internet sebagai Hipotesis kedua adalah Kecepatan Access adalah faktor yang dominan didalam mempengaruhi Keputusan Konsumen.

Penelitian dilakukan dengan mngambil sampel dari 100 *member* / anggota tetap dari First Internet dengan maksud untuk mendapatkan data mengenai Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards.

Analisis yang digunakan adalah Analisis Kuantitatif dan Kualitatif. Analisis Kualitatif terdiri dari Hipotesis Uji F untuk mengetahui pengaruh simultan dari variabel bebas (Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards) terhadap variabel tergantung (Keputusan Konsumen), dan Uji t untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel bebas (Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards) terhadap variabel tergantung (Keputusan Konsumen).

Hasil perhitungan Uji F didapat nilai 17,621 (F hitung) > 1,9853 (F tabel) dengan demikian ada pengaruh simultan dari Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards terhadap Keputusan Konsumen Pengguna Jasa First Internet di Surabaya, Sedangkan hasil Uji t didapat Koefisien regresi untuk sebesar : –2,141 Harga, 4,446 untuk Pelayanan, 3,136 untuk Kecepatan Access, 4,131 untuk Rewards dan didapat variabel Pelayanan yang dominan didalam mempengaruhi Keputusan Konsumen Pengguna Jasa First Internet di Surabaya.

Kesimpulan yang didapat yaitu bahwa Hipotesis pertama terbukti yang menyebutkan ada pengaruh simultan dari Harga, Pelayanan, Kecepatan Access, Rewards terhadap Keputusan Konsumen Pengguna Jasa First Internet di Surabaya, sedangkan Hipotesis kedua tidak terbukti karena Pelayanan yang dominan diantara faktor lainnya.